

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号
特開2000-23127
(P2000-23127A)

(43) 公開日 平成12年1月21日 (2000.1.21)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
H 0 4 N 7/14		H 0 4 N 7/14	5 C 0 6 4
H 0 4 M 3/42		H 0 4 M 3/42	Z 5 K 0 2 4
11/06		11/06	5 K 1 0 1

審査請求 未請求 請求項の数 8 F D (全 6 頁)

(21) 出願番号 特願平10-204392

(22) 出願日 平成10年7月2日 (1998.7.2)

(71) 出願人 39600/454

サンキ設計有限会社

三重県度会郡二見町山田原185

(72) 発明者 中村 吉孝

三重県度会郡二見町西1062-2

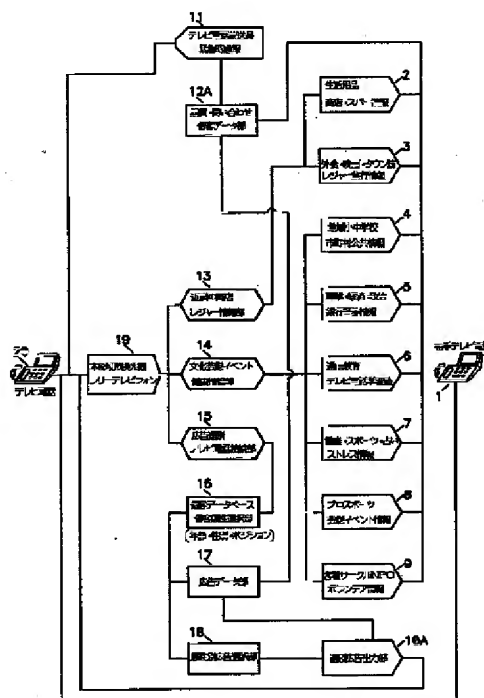
Fターム(参考) 5C064 AA01 AC01 AC02 AC06 AC11
AC12 AC16 AC18 AC22 AD08
5K024 AA02 AA77 BB04 BB06 CC10
DD01 DD02 EE01 FF04 FF06
GG01 GG07 GG10
5K101 KK04 KK16 KK17 MM04 MM05
MM07 NN18 NN22 NN25 NN48
PP08 QQ01 QQ07 RR12 RR22
TT02

(54) 【発明の名称】 テレビ電話広告注文システム

(57) 【要約】

【課題】 現在は、ラジオ、テレビ、新聞等のマス・マーケティングの垂れ流し広告の非効率さと、効率は良いが、経費が掛かり、高価格品向きのワン・ツー・ワン・マーケティングの応用と見直しと、各家庭の姉弟による高額電話代金支払いの軽減。

【解決手段】 究極のマーケティングである、ワン・ツー・ワン・マーケティングの一般商品、サービスへの応用において。これから普及するであろうテレビ電話を利用して、双方向通信で映像と音声による、各個人の属性選別マーケティングにより、各人がテレビ電話を掛ける時に、家族の属性番号を入れ、電話相手の番号を入れると、相手と繋がる前に、その家族の属性にふさわしい商品、サービスの広告、販売、告知等の映像と音声の一定時間表示があり、提供スポンサーによる、各登録加入家庭のテレビ電話料金の補助をするシステムである。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 登録加入者が自宅か指定されたテレビ電話を利用して通常のテレビ電話を掛けるとき、毎日指定時間（例えば30分間）通話料を無料にして、その替わり、図1の「広告データ部」9に記憶されているスポンサー企業の映像と音声、が、相手とテレビ電話が接続される前と通話中に全画面か一端に表示させるテレビ電話広告システム。

【請求項2】 請求項1の登録加入者の属性は図1「個客データベース、個客属性選択部」8に記憶され、電話番号通知サービスを共用する事により、家族番号だけを（例えば父は1、母は2とか）を指定するだけで、その家族の年齢、性別等の属性にふさわしい広告が選ばれて映像と音声で表示される、テレビ電話広告システム。

【請求項3】 テレビ電話の映像を見、音声の説明を聞きながら、複数の商品、サービスの中から希望の商品、サービスと同じ番号を選びテレビ電話の押しボタンか、又は、別途追加の画面スイッチとソフトか、音声にて注文が出来る双方向テレビ電話広告システム。

【請求項4】 重要な各種情報、緊急情報等をテレビ電話のメモリに映像と文字情報と音声で同時に多数のテレビ電話に送る事ができるテレビ電話広告システム。

【請求項5】 テレビ電話の「本部切り換え機、フリーテレビホン」2を呼び出すと図2のような広告を伴う初期画面が表示され、テレビの画面の回りには、各利用可能サービス番号とサービス名か絵、写真、マスコット画で表示され、中央部にはスポンサーの広告が映像と音声で表示できる、テレビ電話広告システム。

【請求項6】 請求項5の初期画面の回りの希望の番号を指定すると、指定されたサービスが画面中央部の一部か表示面一杯に広がり、指定されたサービスのメニューが映像で表示され、音声でも聞けるテレビ電話広告システム。

【請求項7】 図2の「12個客自身情報、確認」12番を選んで本人の暗唱番号を入れる事により、本部の個客別データの本人分を本人自身がテレビ電話で見て確認する事ができるテレビ電話広告システム。

【請求項8】 図2の「10登録広告確認」10番を選んで本人自身に表示された広告とその他の登録されている広告を確認する事ができる、テレビ電話広告システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】この広告注文システムは、今までに無かった究極のマーケティングで或る映像と音声での1対1の双方向通信利用の疑似対面マーケティングであり、各利用者個人の属性選別マーケティングに関する物であり尚かつ、今までに無かった同時注文システムでもある。

【0002】

【従来の技術】従来の広告では絵だけの立て看板、絵と文字の新聞、雑誌、チラシ広告、音声だけのラジオ広告、映像と音声の衛星放送、テレビ広告が有りそれらは、大雑把な地域のみ限定出来るが、広告は垂れ流す様に出すしかなかった。又、現在のメディアの代表であるテレビ広告の効果が、インターネットや衛星放送の出現で各メディアに接する時間が分散され、より薄れていて、しかも日本のテレビ広告の多くは15秒と短く特色のある商品や、新製品の中身を伝えきれなかった。

【0003】唯一、個人の属性を考慮して、指定の個人宛に出せるダイレクトメールが有るが、ダイレクトメールの場合、年齢重視の行事等（成人式の和服）の様に商品が限定されるか。商店等が以前の購買客で名前、住所の判る個人に出すダイレクトメールが有るが地域、一定の個人に限定され個人の属性を考慮するより各商店の取り扱い商品のメールでしかなかった。

【0004】また、海外では、従来の電話を利用した1対1の音声だけの広告があるが、映像が出なく、個人の属性は考慮されるが音声だけなので、利用するときに、商品を見せることが出来なかったので、広告対象商品、サービスが限定され一番宣伝したい新製品、新サービス等は、その商品や場所が映像で見せられないと、なかなか想像出来なく利用したくとも、利用出来なかった。

【0005】特に米国では、インターネットによるパーソナルコンピュータを利用したシステムが非常に普及しているが、キーボードに慣れていない我が日本においては、色々な事ができるコンピューターは非常に難しく、利用者が偏り、一般の人達はコンピューターを利用する機会が少なく、何時までたっても、使い勝手はテレビ電話の進化に追いつけないであろう。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】商業が始まって以来、マーケティングの始まりとは1対1で持っている1種の商品を買ってくれそうな人に説明し納得ずくで売り買っていたが、現代においては殆どの人々は生活物資の全てを購入しなければ生活できないが、日本だけでも1億人以上の人々が生活しており、又同一商品、よく似た商品があふれており、各製造販売業者は、自社製品を売らんが為に、次々と広告を出しているが、今までの広告では、究極のマーケティングと言われている売る人対買う人の1対1の対面販売等はごく一部の高額商品のみ行われているのが現状で、個人の属性に合わせた色々な企業の広告を映像と音声で同時に安価に提供したくともする手段が無かった。

【0007】又、各家庭においては、10代、20代の姉弟の長電話による高額電話代金支払いに悩まされている、これから普及するであろう、テレビ電話の使用においては益々電話代金の負担増が見込まれている。

【0008】

【課題を解決するための手段】本システムは、長時間テ

テレビ電話を掛ける家庭の電話代を毎日指定時間無料に（例えば毎日30分間）する代わりに、テレビ電話を掛ける前と電話中に究極の1対1マーケティングと言われるテレビ電話する個人の属性に合わせたスポンサー企業の宣伝トークと映像を見せ、電話の双方向通信機能を利用しアンケートに答えたり、商品の詳細な説明と注文がテレビ電話の指定ボタンを押すことにより簡単に出来るテレビ電話システム。

【0009】

【発明の実施の形態】本システムの加入希望者は、フリーダイヤルでまず「フリーテレビフォン」の最寄りの「本部切り換え機」19を呼び出し、家族構成、各人の年齢、性別、職業、趣味等の登録を済ませて、電話番号通知サービスを利用し、指定されたフリーダイヤルの番号をワンタッチ・ダイヤルに登録してから。各人がテレビ電話をする場合まずフリーダイヤルのワンタッチ・ダイヤルを押してから家族番号を入ると図2の初期画面がでる、図2の「1相手テレビ電話」の1番を指定し、相手電話番号を入ると、相手とテレビ電話が繋がるまえに家族番号に対応して「個客データベース、個客属性選択部」16で年齢、性別等に、ピッタリの商品、サービスの広告が「広告データ部」17より「属性別広告選別部」18で厳選された広告が「選別広告出力部」10Aから音声と映像で「テレビ電話」20に数十秒間表示される、その後「相手テレビ電話」1と繋がり通常のテレビ電話ができる。広告表示時に、それらの商品が通信販売品の場合、指定番号を押せばその商品の注文が出来、サンプルや試供品の請求も出来る。

【0010】図2の初期画面の「2生活用品、商店、スーパー情報」2番を選べばその日の近所のスーパーマーケット、商店の特売品等の情報も見えて聞ける。又「3外食、映画、タウン誌、レジャー、旅行情報」3番を選べば、レストラン、料理店の本日の目玉料理の有無や、上映映画、劇場の案内、タウン誌情報、レジャー、旅行情報が見て聞け、予約や契約ができる。又、1番以外を選ぶと表示画面の一部分、上下等に広告を表示させる事もできる。

【0011】図2の初期画面の「4地域小中学校、市町村公共情報」4番を選べば、各学校、市町村の行事、広報等の地域情報が見て聞ける。「5職業、経済、政治、銀行、証券情報」5番を選べば、求職情報、経済情報、地元の政治家の後援会の開催日や国会、県会報告等と、銀行のこれから始まる自由金利情報、リアルタイム株価、売買手数料等の経済情報等が見て聞ける。

【0012】図2の初期画面の「6通信教育、テレビ電話学習塾」6番を選んで通信教育で勉強したり、解らない宿題の質問等が出る。「7健康、スポーツ、占い、ストレス情報」7番を選び病気、ストレスの相談したり、占いをしたり、スポーツ等の講習日、公共施設の利用情報等、健康精神衛生情報が見て聞ける。

【0013】図2の初期画面の「8プロスポーツ、芸能、イベント情報」8番を選べば、水泳、各種陸上競技、サッカー、野球等の結果と試合予定、各種観劇場の公演予定と各イベント情報が見て聞ける。「9各種サークル、NPO、ボランティア情報」9番を選べば、近くのサークル活動情報、NPO（民間非営利組織）、ボランティア組織の種類、活動内容、人材募集等の生き甲斐情報が見えて聞けて本人にも、地域社会にも精神衛生上非常に健康的な情報にあふれている。

【0014】図1の「テレビ電話放送局、緊急時通報」11は地震、火事等の天災、人災等の事件時に本部から各登録加入者にテレビ電話する事により、避難、防御を促し、未然に被害を軽減する為の情報を提供する。又、登録者の近くの火事等の災害の場合、本部に即刻、なるべく映像共に通報してもらい、その情報を各近所のテレビ電話のメモリに映像と文字情報と音声で本部から瞬時に送り、テレビ電話回線の有効利用を考慮するシステムである。図2の初期画面の「11テレビ電話放送局、緊急時通報」の11番を選べば、テレビ電話のメモリに記憶された最新の情報を何時でも見て、聞くことができる。

【0015】図1の「購買、問い合わせ、個客データ部」12Aでは、お客の購買来歴、問い合わせ来歴らのデータを記憶し、「広告データ部」17には過去個客に出力された広告の各個客別データとして記憶され、選別広告出力データと連動している為、より良く、個客の指向商品の広告が選別できる。

【0016】図2の初期画面の「12個客自身情報、確認」12番を選ぶ事により、本人自身のデータが見る事により確認できる。又、図2の初期画面の「10登録広告確認」10番を選ぶ事により、本人に表示された新しい広告から、広告データ部に記憶されている広告が見て聞ける事ができる。

【0017】

【発明の効果】本システムは、究極のマーケティングである映像と音声での1対1の双方向通信を利用の疑似対面マーケティングであり、従来のテレビ広告等の受け身の視聴者に広告を垂れ流す手法と比べ、利用者がダイヤルする瞬間から広告へ能動的になりやすく、又利用者の属性に合わせた商品やサービスを選んで表示させる為、より効果が高まり、従来、新製品、新サービスの告知の場合、新聞、雑誌等の活字広告と、ラジオ、テレビ、衛星放送等を組み合わせ、同時に数種類の媒体にて、垂れ流す様に広告していたが。広告しているわりには認知度が低く、宣伝効果が上がらなかったが、テレビ電話では今までよりじっくり告知する事により、新製品、新サービスの内容まで認識させることができ、より広告効果が高まる。

【0018】本システムは、従来不可能だった、映像と、音声による、近所の商店、企業の今日現在の情報

を、最寄りの個客に、個客の属性に合わせた商品、サービスの広告、告知が安価でリアルタイムに出来る画期的なシステムである。

【0019】又、本システムの画期的なところは図2の「10登録広告確認」10番を選ぶと、個客選別表示広告データはもちろん「広告データ部」17内の広告を何時でも個客自身が映像と音声で再現し繰り返し確認出来るシステムであると共に、図2の「12顧客自身情報、確認」12番を選ぶ事により、個客自身のシステム側のデータを本人指定の暗唱番号を入れる事により見ることが出来る事である。

【図面の簡単な説明】

【図1】テレビ電話広告システムのブロック図

【図2】テレビ電話広告システム初期画面図

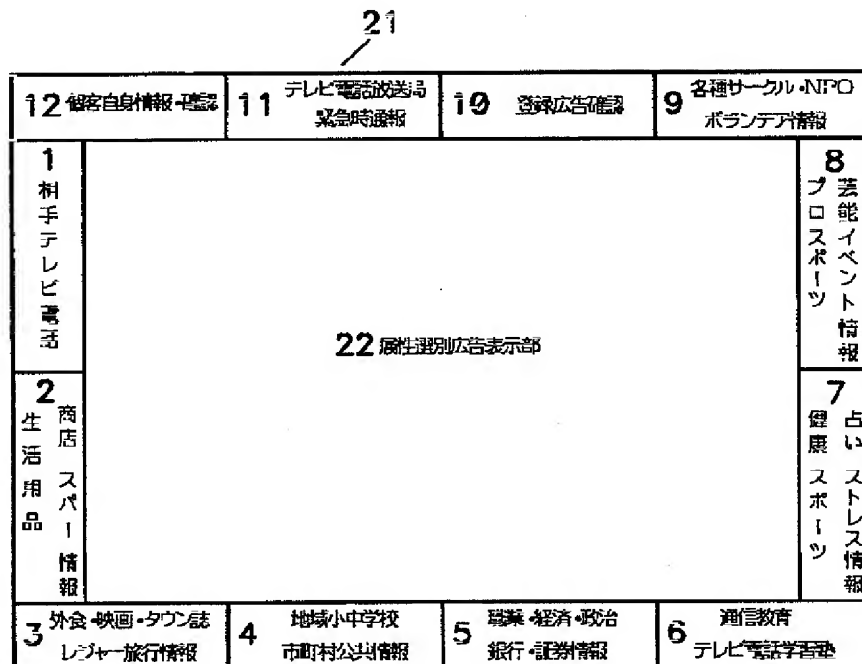
【図3】選択されたサービスのメニュー画面例

【符号の説明】

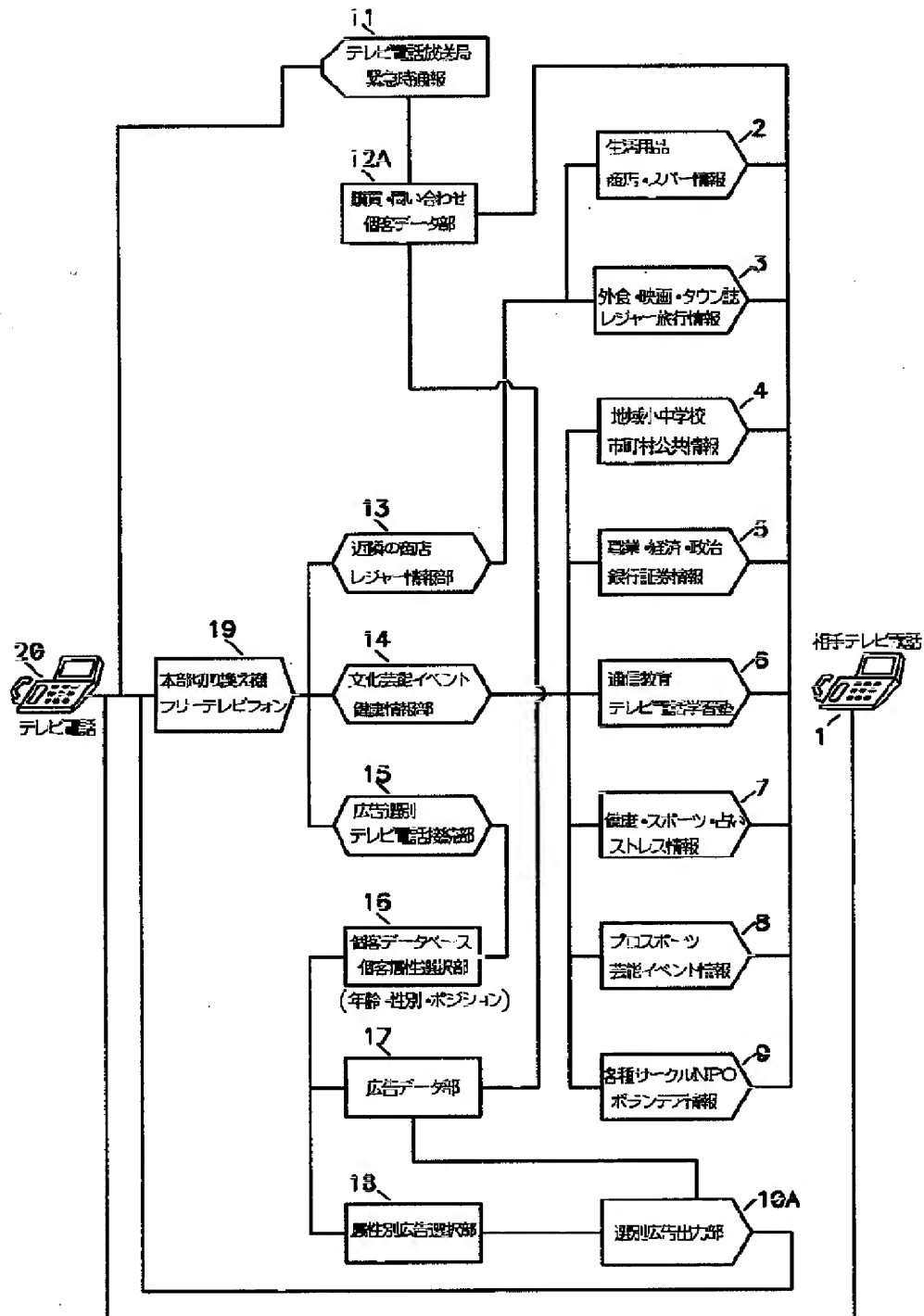
- | | |
|---|---------------------|
| 1 | 相手テレビ電話機 |
| 2 | 生活用品、商店、スパ情報 |
| 3 | 外食、映画、タウン誌、レジャー旅行情報 |
| 4 | 地域小中学校、市町村等公共情報 |
| 5 | 職業、経済、政治、銀行証券情報 |
| 6 | 通信教育、テレビ電話学習塾 |

- | | |
|-----|-------------------------------|
| 7 | 病気、ストレス、占い、スポーツ情報 |
| 8 | プロスポーツ、芸能、イベント、情報 |
| 9 | 各種サークル、NPO、ボランティア情報 |
| 10 | 登録広告確認 |
| 10A | 選別広告出力部 |
| 11 | テレビ電話放送局、緊急時通報 |
| 12 | 個客自身情報、確認 |
| 12A | 購買、問い合わせ、個客データ部 |
| 13 | 近隣の商店、レジャー情報部 |
| 14 | 文化、芸能、イベント、健康情報部 |
| 15 | 広告選別部、テレビ電話接続部 |
| 16 | 個客データベース、個客属性選択部（年齢、性別、ポジション） |
| 17 | 広告データ部 |
| 18 | 属性別広告選択部 |
| 19 | 本部切り換え機、フリーテレビフォン |
| 20 | テレビ電話 |
| 21 | 初期画面のサービス指定部 |
| 22 | 初期画面の中央部広告表示部 |
| 23 | 選択サービスのメニュー画面例 |
| 24 | 部分広告表示部 |

【図2】



【図1】



【図3】

23、

24 部分広告表示部		
1 相手 テレビ 電話	1 A スーパの今日の目玉商品 卵 101 洗剤 198	
	2 B スーパの今日の目玉商品 卵 100 洗剤 200	
	3 C 商店の目玉商品 卵 99 洗剤 199	
2 商店 生活 用品 情報		
24 部分広告表示部		